

Percepção da população em relação as características organolépticas da carne suína em pontos de venda no município de Paragominas-PA

Resumo: O objetivo através do estudo foi avaliar a percepção da população de Paragominas quanto as características organolépticas da carne suína avaliados em pontos de venda. O estudo foi realizado no município de Paragominas, Sudeste do estado do Pará. Para a realização do presente estudo, foram aplicados questionários a 250 pessoas, adotou-se o método *survey*, para coleta de dados. O questionário foi composto por blocos com perguntas estruturadas com a finalidade de levantar informações do perfil socioeconômico dos consumidores e a demanda por produtos de carne suína. Constatou-se que a cor 35,68% é o principal parâmetro considerado pela população como atributo de qualidade, 20,33% preocupa-se com o tamanho dos cortes, 19,09% se preocupa com a validade ou período de prateleira da carne, 14,94% dos entrevistados considera a aparência um dos principais fatores de qualidade. Além dos atributos de qualidade outros fatores também influenciam no momento da compra, cita-se a higiene do local 52,07% o principal fator que influencia na escolha do produto em determinado local, seguido do preço 30,17%, conservação 8,26%, fiscalização 7,44%, praticidade 1,24% e atendimento com 0,83%. Conclui-se que os aspectos visuais são os mais importantes na compra segundo os entrevistados. Com relação as características sanitárias do ponto de venda da carne suína a higiene do local é o fator de maior relevância na compra do produto.

Palavras-chave: atributos de qualidade, carne *in natura*, decisão de compra

Introdução

A preocupação com a qualidade dos produtos alimentícios é uma preocupação crescente nas diferentes classes sociais. O consumidor tem se tornado mais exigente na compra dos produtos que compõem a sua dieta. Assim, o mercado necessita adequar-se as exigências dos consumidores que buscam produtos de alta qualidade (VARGA, 2015).

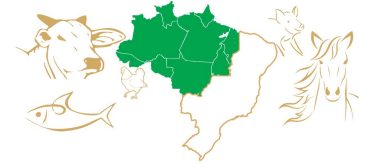
Os compradores de carne suína têm se preocupado com as suas particularidades, atentando-se para os aspectos que indicam a qualidade do alimento, e estão cada vez mais criteriosos na hora da escolha (Silva et al., 2015). Os consumidores, na tomada de decisões de compra da carne suína e seus subprodutos, utilizam uma série de fatores (preço, coloração, corte, quantidade, teor de gordura subcutânea e intramuscular, aparência da embalagem) para avaliar a qualidade da carne (LAWRIE, 2005), além disso, o local da venda da carne suína também é um fator a ser considerado no momento da compra.

O objetivo através do presente estudo foi avaliar a percepção da população de Paragominas quanto aos atributos de qualidade e características da carne suína avaliados no ponto de venda.

Material e Métodos

O estudo foi realizado no município de Paragominas, Sudeste do estado do Pará. Para a realização do presente estudo, adotou-se o método de coleta de dados *survey*, com perguntas estruturadas com a finalidade de obter informação sobre a demanda de carne suína no município. O método de *survey* é eficiente para a menor interferência do entrevistador nos resultados obtidos, garantindo que os dados coletados apresentem maior grau de veracidade e confiabilidade da pesquisa (GIL, 2008; FORZA, 2002). A definição do número de entrevistados ($n=250$) se baseou em amostras infinitas e um erro amostral máximo de 5% para a população de 108.547 mil habitantes (IBGE, 2016).

Os entrevistados foram escolhidos aleatoriamente dentre os consumidores de açougues, feiras-livres, mercados e boutique de carne, os quais responderam às perguntas relevantes ao tema proposto. As entrevistas foram realizadas durante os meses de janeiro e fevereiro de 2017,

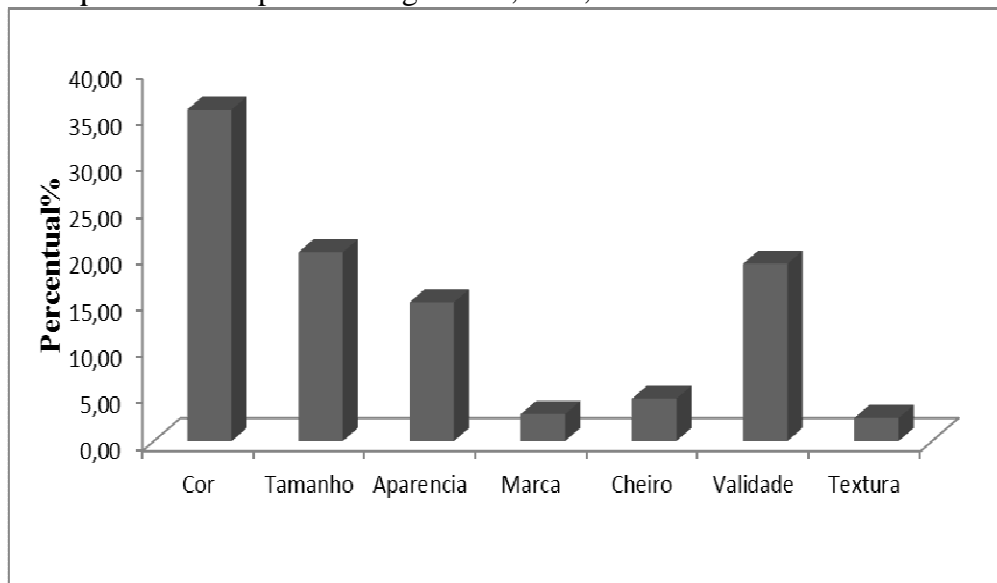


realizadas por uma equipe de sete pessoas treinadas para a aplicação dos questionários. Os dados foram tabulados utilizando o office Microsoft Excel® e posteriormente foram feitas as análises estatísticas descritivas.

Resultados e Discussão

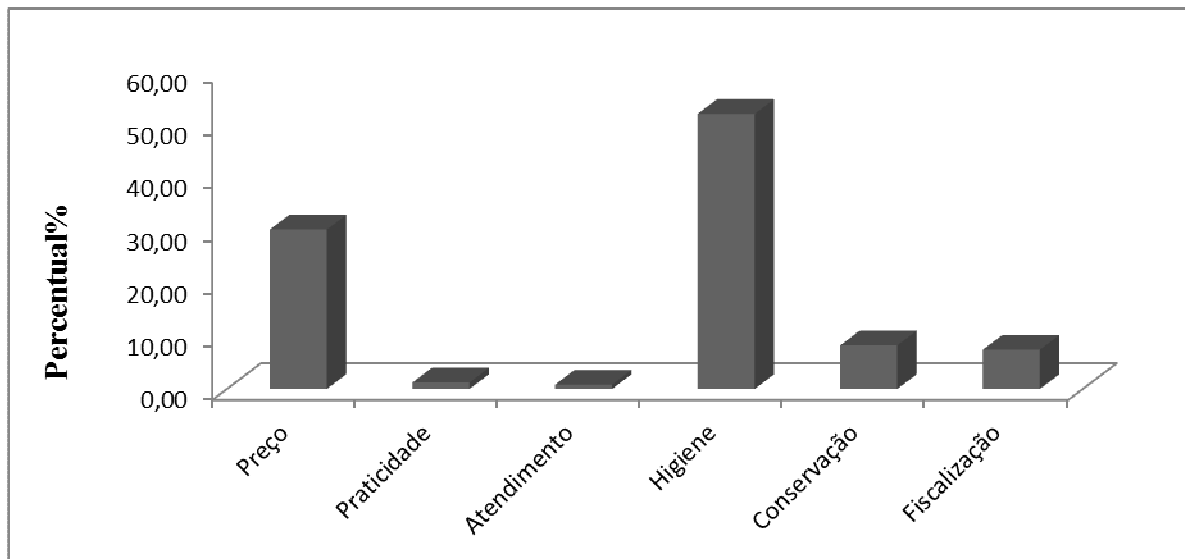
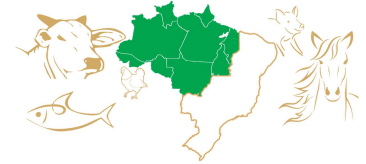
Em relação aos principais atributos considerados no momento da compra (Figura 1), a cor 35,68% é o principal atributo considerado pela população como atributo de qualidade, 20,33% se preocupam com o tamanho dos cortes, 19,09% se preocupam com a validade ou período de prateleira, 14,94% consideram a aparência como um dos principais fatores de qualidade, 4,57% considera o odor um fator importante, 2,90% e 2,49% consideram a marca e a textura respectivamente. Os resultados encontrados sugerem que a população ainda considera os aspectos visuais como o principal parâmetro de qualidade que os motiva no momento da compra, o que pode ser motivado pela facilidade de identificação, já que de modo geral os cortes cárneos estão dispostos nas gôndolas dos açougues e feiras livres.

Figura 1: Percepção da população quanto aos atributos de qualidade da carne, considerados no momento da compra no município de Paragominas, Pará, 2017.



Além disso observa-se que a população não considera os principais indicadores de qualidade para a escolha do produto, sendo que o cheiro, textura e validade poderiam auxiliar na escolha de um produto de qualidade, pois podem ser menos manipulados, quando comparado com a cor do produto.

Figura 2: Preferências dos consumidores em relação às características do produto e do ponto de venda no município de Paragominas, Pará, 2017.



Além dos atributos de qualidade outros fatores também influenciam no momento da compra (Figura 2), sendo a higiene do local 52,07% o principal fator que influencia na escolha do produto em determinado local, seguido do preço 30,17%, conservação 8,26%, fiscalização 7,44%, praticidade e atendimento com 1,24% e 0,83%. Os dados do estudo corroboram com os de Santos et al. (2012) em que relatou em estudos realizados resultados semelhantes em Rio Largo-AL.

Conclusões

Conclui-se que os consumidores da carne suína no município de Paragominas-PA possuem como principais parâmetros na compra os aspectos visuais pela fácil visualização em gôndolas nos locais de venda, indicando que a população ainda não está bem instruída quanto a qualidade dos produtos. No entanto, os entrevistados evidenciam a preocupação com ambiente em que o produto se encontra, fato esse que está associado a maior busca pela higiene do local do que o preço do produto comercializado, mostrando a exigência do consumidor quanto as características sanitárias desse produto.

Referências

- FORZA, C. Survey research in operations management: a process-based perspective. **International Journal of operations & Production Management, United Kingdom**, v.22, p. 152-194, 2002.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- IBGE. **Paragominas, censo demográfico 2016: resultados da amostra**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=150550>> Acessado em 07 de julho de 2017.
- LAWRIE, R. A. **Ciência da Carne**. Porto Alegre: Artmed, 2005. 384p.
- SANTOS, E. L.; SANTOS, E. P.; PONTES, E. C.; SOUZA, A. P. L.; TEMOTEO, M. C.; CAVALCANTI, M. C. A. Mercado consumidor de carne suína e seus derivados em Rio Largo-AL. **Acta Veterinaria Brasilica**, v.6, n.3, p.230-238, 2012.
- SILVA, S. L. S.; GOMES, T. B. S.; SILVA, Y. S.; ALBUQUERQUE, G. D. P.; MELO, W. O.; SOARES, R. C.; SANTOS, A. C.; CÂNDIDO, E. P. Importância dos atributos de qualidade da carne suína para os consumidores de Capanema - PA. In: Congresso Nordestino de Produção Animal, 2015, **Anais...** Teresina-Piauí, 2015.
- VARGA, R. R. **Perfil do consumidor de carne suína no município de Florianópolis- SC.** 34 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Zootecnia), Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2015.